

Formation : Certification DiGiTT® : développer ses connaissances et compétences digitales

certification à distance incluse

Cours de synthèse - 3j - 21h00 - Réf. DGT

Prix : 2790 CHF H.T.

Acquérir, maintenir et développer ses compétences digitales est indispensable dans notre environnement de plus en plus dépendant des technologies et des progrès numériques. Quel que soit son secteur d'activité, il est essentiel de comprendre en quoi le digital impacte son quotidien et l'exercice de son métier. Ce cours de synthèse dresse un panorama exhaustif de l'état de l'art de l'écosystème digital et vous prépare parallèlement au passage de la certification DiGiTT® sur les neuf compétences-clés digitales.

Objectifs pédagogiques

À l'issue de la formation, le participant sera en mesure de :

- ✓ Développer ses connaissances en matière de technologies numériques
- ✓ Acquérir des techniques de webmarketing et de gestion de site e-commerce
- ✓ Optimiser sa communication avec des outils digitaux
- ✓ Créer et partager des contenus numériques

Public concerné

Salariés, indépendants, étudiants et toute personne souhaitant attester ses connaissances et compétences digitales.

Prérequis

Aucune connaissance particulière.

PARTICIPANTS

Salariés, indépendants, étudiants et toute personne souhaitant attester ses connaissances et compétences digitales.

PRÉREQUIS

Aucune connaissance particulière.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Certification

La certification DiGiTT® est en option lors de l'inscription à cette formation et s'articule en 3 étapes : le passage d'un Diag® avant la formation, l'accès à une digithèque permettant l'apprentissage des concepts et notions pour chaque compétence digitale, puis le passage de l'examen de certification. Celui-ci se compose d'un test de 90 min disponible en anglais et en français. Le résultat atteste de votre niveau de compétences sur 1000 points (débutant, intermédiaire, avancé, expert). Le seul suivi de la cette formation ne constitue pas un élément suffisant pour garantir un score maximum à l'examen. La planification de ce dernier et son passage s'effectuent en ligne dans les 4 semaines qui suivent le début de votre session.

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Apports théoriques, échanges de bonnes pratiques. Exemples et études de cas.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Communication : réinventer les interactions avec ses publics

- Développer l'intelligence collective et la collaboration en ligne grâce aux médias sociaux.
- Community management : surveiller, promouvoir et défendre la réputation de sa marque sur les médias sociaux.
- Soigner et mesurer son image de marque en ligne (nom, référencement, publicité...).
- Gérer son identité numérique et son e-réputation.
- Influencer et orienter les discours de sa marque.

Échanges

Réflexion collective sur les usages des réseaux sociaux pour les entreprises.

2 Contenus : renouveler sa stratégie éditoriale

- Savoir écrire pour le web et les supports digitaux.
- Améliorer sa communication visuelle : images, formats, supports...
- Développer les formats vidéo et audio avec des contenus de qualité.
- Choisir les bons canaux de diffusion et de distribution.
- Développer le User Generated Content (UGC) ou "contenu généré par les utilisateurs".
- Protéger sa propriété intellectuelle, différencier les données libres de droits et les données protégées.

Étude de cas

Études de stratégies éditoriales sur le web.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

3 Collaboratif : les nouvelles formes de travail au sein des entreprises

- Maîtriser les outils de travail collaboratif.
- Comprendre les modèles d'économie collaborative : réseaux, plateformes, pair à pair, mutualisation des biens et espaces...
- Travailler en mode projet : planification, méthodologies, budget...
- Coordonner les équipes et développer la coopération.
- Prioriser et hiérarchiser les projets en fonctions des objectifs et des résultats souhaités.

Démonstration

Panorama d'outils de gestions et partage de contenus digitaux.

4 Webmarketing : acquérir et fidéliser de nouveaux clients et utilisateurs.

- Appréhender les principaux outils et techniques de webmarketing.
- E-CRM : gérer la relation client à travers les canaux électroniques.
- Maîtriser la publicité sur Internet (display).
- Comprendre les techniques et programmes d'affiliation.
- Optimiser ses campagnes d'e-mailing.
- Assurer sa présence sur les moteurs de recherche avec les liens sponsorisés (SEA : Search Engine Acquisition).
- Améliorer son référencement naturel (SEO : Search Engine Optimisation).

Etude de cas

Études de campagnes de marketing digital.

5 Expérience client : améliorer les interactions digitales avec sa marque

- Structurer son site web avec le web design : arborescence, navigation, charte graphique, intégration...
- Comprendre les ressorts du responsive design.
- Favoriser l'utilisabilité de son site et de ses outils digitaux.
- Savoir personnaliser l'expérience client.
- Connaître le RGPD et les réglementations liées à la protection des données personnelles.

Etude de cas

Études de différents sites de e-commerce et de leurs expériences clients.

6 Commerce connecté : acheter et vendre sur le web

- Comprendre l'écosystème des sites marchands : outils, logistique, market places...
- Favoriser le multicanal et le crosscanal dans le processus d'achat.
- Mettre en scène ses produits avec le e-merchandising.
- Assurer un service client et un SAV de qualité.
- Découvrir les différents types de e-paiements.
- Maîtriser la logistique du e-commerce.

Échanges

Réflexion collective et échanges de bonnes pratiques en matière de e-commerce.

7 Technologie : comprendre les principaux concepts du digital

- Découvrir les différents systèmes d'exploitation.
- Comprendre les infrastructures et réseaux informatiques performants.
- Connaître les principaux standards et référentiels des technologies numériques.
- Comprendre le développement web : back end et front end.
- Appréhender l'univers des API (Application Programming Interface) et leurs utilisations.
- Utiliser le cloud computing : stockage des données, puissance de calcul, mode SaaS (Software as a Service).
- Cybersécurité : savoir repérer les risques et connaître les règles de bonnes conduites sur Internet.

Démonstration

Démonstrations et illustrations de différentes technologies numériques.

8 Data : stocker, traiter et exploiter les données numériques

- Connaître les techniques et usages d'analyses des données et de mesure des audiences.
- Analyser les données statistiques et déterminer des KPI ou indicateurs de performance.
- Gérer de grandes quantités d'informations avec le big data.
- Sécuriser les données personnelles et protéger la vie privée.

Réflexion collective

Réflexion collective et échanges sur les apports et usages du big data pour l'entreprise.

9 Mobilité : s'affranchir des contraintes de lieu.

- Comprendre l'écosystème des applications et des sites mobiles.
- Exploiter les possibilités de la géolocalisation et de la localisation en temps réel.
- Découvrir les usages et perspectives de développement des objets connectés.

Etude de cas

Études de cas d'usages des objets connectés pour l'entreprise.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 9 juin, 22 sep., 15 déc.